

VENTA ONLINE (ECOMMERCE)



CARACTERÍSTICAS BÁSICAS

Dirigido a

Profesionales de cualquier sector que estén interesado en ampliar su mercado de ventas a nivel online, poniendo especial énfasis en Directivos y Mandos Intermedios, Personal de Tecnología eCommerce, Marketing eCommerce, Logística, ATC eCommerce, así como Personal Legal y Financiero/Analista eCommerce.

Descripción

Con este contenido de curso profesional el alumno aprenderá estrategias de ventas para la obtención de ingresos mediante la venta cruzada, abarcando aspectos como los tipos de venta cruzada, la importancia de las nuevas tecnologías en este tipo de venta, las herramientas de marketing, así como analizar su perfil como vendedor para determinar que tácticas se deben usar en el proceso de venta cruzada.

Duración

- Modalidad e-learning: 35 horas
- Modalidad presencial: 20 horas
- Aula Virtual: 20 horas

METODOLOGÍAS Y GESTIÓN DE BONIFICACIONES

VENTA ONLINE (ECOMMERCE)

Metodología de la Formación Presencial / Aula Virtual

En AdelantTa, nos adaptamos a las necesidades de cada cliente, con la metodología más moderna y con formadores profesionales de primer nivel en sus áreas de conocimiento.

Metodología de la Formación e-learning

Con un catálogo superior a los 6.000 cursos, la teleformación que ofrece AdelantTa es un modo óptimo de conseguir formar a los trabajadores, y una manera de incorporarse a los procesos de transformación digital, tan inevitables como ventajosos.

Gestión de Bonificaciones

En AdelantTa somos expertos en la gestión de bonificaciones de FUNDAE si desea que le realicemos el proceso completo para poder hacer uso de los créditos para la formación de los dispone su empresa.

COMPETENCIAS

1. Conceptualizar y conocer todos los aspectos importantes de un eCommerce para poder valorar la idoneidad de lanzar uno.
2. Conocer los principales aspectos económicos de un eCommerce para poder valorar la creación de uno.
3. Conocer los principales gestores de contenido (CMS) y plataformas de pago existentes para eCommerce para poder elegir las más adecuadas en cada proyecto.
4. Conocer los principales aspectos de imagen y diseño de un eCommerce para que se ajuste a lo que queremos transmitir.
5. Conocer los distintos canales de marketing que puede utilizar un eCommerce para poder elegir los más adecuados en cada proyecto.
6. Conocer distintas técnicas y principios de User Experience (UX) aplicables al eCommerce para crear sitios fáciles e intuitivos y minimizar errores.
7. Conocer distintas técnicas y principios de la Conversion Rate Optmization (CRO) aplicables al eCommerce para crear sitios orientados a conversión.
8. Conocer los principales aspectos logísticos de un eCommerce para poder valorarlos si se quiere montar uno.
9. Conocer los distintos canales de atención al cliente que puede utilizar un eCommerce para poder elegir los más adecuados en cada proyecto.
10. Conocer los principales aspectos legales de un eCommerce para poder valorarlos si se quiere montar uno.
11. Conocer las principales métricas y KPIs de un eCommerce para conocer su estado y evolución y acciones a acometer.

OBJETIVOS

1. Saber indicar todos los aspectos importantes a tener en cuenta en un eCommerce.

VENTA ONLINE (ECOMMERCE)

2. Saber estimar todos los aspectos económicos de un eCommerce previos y posteriores al lanzamiento.
3. Saber indicar las principales plataformas de pago y CMS más apropiadas para un eCommerce.
4. Saber definir el look and feel de un eCommerce.
5. Saber utilizar los distintos canales de Marketing en un eCommerce.
6. Saber aplicar las distintas técnicas de UX para eCommerce.
7. Saber aplicar las distintas técnicas de CRO para eCommerce.
8. Saber cómo afrontar los distintos aspectos logísticos de un eCommerce.
9. Saber llevar a cabo una correcta atención al cliente en un eCommerce.
10. Saber cómo afrontar los distintos aspectos legales de un eCommerce.
11. Saber medir los KPIs principales de un eCommerce.

CONTENIDOS

Unidad 1. Fundamentos del eCommerce.

1. Definición de eCommerce.
 - 1.1 Evolución histórica.
 - 1.2 Cifras del eCommerce.
 - 1.3 Tipos de eCommerce.
2. Requisitos para lanzar un eCommerce.

Unidad 2. El plan de negocio.

1. ¿Qué es un plan de negocio? Definición.
2. Modelo tradicional.
3. Lean Canvas.

Unidad 3. CMS y plataformas de pago

0. Prólogo
1. Sistema de Gestión del Contenido (CMS).
 - 1.1 Criterios de selección.
 - 1.2 Instalables.
 - 1.3 SaaS.
 - 1.4 Shopify.
 - 1.5 A medida.
 - 1.6 Módulos.
2. Plataforma de pagos.
 - 2.1 TPV.
 - 2.2 PayPal.
 - 2.3 Contrarrembolso.
 - 2.4 Transferencia bancaria o ingreso en cuenta.
 - 2.5 Otras.
 - 2.6 Soluciones generalistas.

Unidad 4. El Diseño en un eCommerce.

1. Definición de identidad digital.
2. Puntos que abarca la identidad digital de un eCommerce.
 - 2.1 Imagen corporativa.
 - 2.2 Diseño web/Look&Feel.
 - 2.3 Comunicación.

VENTA ONLINE (ECOMMERCE)

3. Importancia de la identidad digital.
4. Recomendaciones.

Unidad 5. Marketing para eCommerce.

1. Introducción.
2. Canales.
 - 2.1 Online.
 - 2.1.1 Owned media.
 - 2.1.2 Paid media.
 - 2.1.3 Earned media.
 - 2.2 Offline.
 - 2.3 Orgánica vs Pagada.
3. Importancia de los canales de marketing.
4. Recomendaciones.
5. Producto.

Unidad 6. User Experience (UX) en eCommerce.

1. Definición.
 - 1.1 Influencia de la UX en el eCommerce.
2. El diseño persuasivo.
 - 2.1 Planificación.
 - 2.2 Estructura.
 - 2.3 Flujos.
 - 2.4 Visualización y Experiencia.
 - 2.5 Conversión.
3. Técnicas.
 - 3.1 Investigación de mercado y producto digital.
 - 3.2 Investigación de usuarios.
 - 3.2.1 Técnicas.
4. Diseño del producto digital.
 - 4.1 Implementación.
 - 4.2 Lanzamiento.
5. Importancia.

Unidad 7. Conversion Rate Optmization (CRO) en el eCommerce.

1. Definición.
 - 1.1 Recomendaciones.
2. Técnicas y herramientas.
 - 2.1 Matriz de tipos de usuarios.
 - 2.2 A/B Testing.
 - 2.3 Heatmaps.
 - 2.4 Grabaciones.
 - 2.5 Herramientas tácticas de Optimización.
 - 2.6 Personalización.
3. Importancia.

Unidad 8. La logística en el eCommerce.

1. Definición de logística.
2. Funciones.
 - 2.1 Aprovisionamiento/Compras.
 - 2.2 Almacenaje y Gestión del stock.

VENTA ONLINE (ECOMMERCE)

- 2.3 Envío.
- 2.4 Incidencias y devoluciones: logística inversa.
- 3. Consideraciones a tener en la logística en eCommerce.
- 4. Recomendaciones.
- 5. Importancia.

Unidad 9. Atención al cliente en un eCommerce.

- 1. Introducción.
- 2. Funciones.
 - 2.1 Vender.
 - 2.2 Dar confianza
 - 2.3 Diferenciación.
 - 2.4 Resolver dudas.
 - 2.5 Servicio Postventa.
- 3. Canales.
 - 3.1 Teléfono.
 - 3.2 eMail.
 - 3.3 Redes Sociales.
 - 3.4 Otros.
- 4. Contenidos relacionados.
- 5. CRM.
- 6. Recomendaciones.

Unidad 10. Aspectos legales en eCommerce.

- 1. Introducción.
- 2. Normativa vigente.
 - 2.1 LOPD
 - 2.2 RD1720
 - 2.3 LSSI
 - 2.4 RGPD
- 3. Aplicación práctica.
 - 3.1 Web.
 - 3.2 eCommerce/Venta.
 - 3.3 Sector y Productos.
 - 3.4 Empresa.

Unidad 11. La analítica en un eCommerce.

- 1. Introducción.
- 2. Ciclo de la Analítica.
 - 2.1 Definición.
 - 2.2 Implementación.
 - 2.3 Análisis.
 - 2.4 Reporting.
 - 2.5 Actuación.
- 3. Áreas y KPIs.
 - 3.1 Negocio.
 - 3.2 Marketing.
 - 3.3 Producto.
 - 3.4 Logística.
- 4. Herramientas
 - 4.1 Analítica de negocio.

VENTA ONLINE (ECOMMERCE)

- 4.2 Analítica digital.
 - 4.2.1 Site-Centric.
 - 4.2.2 UX/CRO.
- 5. Recomendaciones.